

МОАУ ВО «ВОРОНЕЖСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И  
СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ»  
КАФЕДРА ПСИХОЛОГИИ И СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ ДИСЦИПЛИН

Утверждено  
Решением Ученого совета  
от «30» июня 2023 года  
Протокол № 11  
Председатель Ученого совета  
\_\_\_\_\_ В.И. Селютин

**Рабочая программа дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.03.02 «Психология продаж»**

Направление подготовки  
**37.03.01 Психология**

Направленность (профиль): «Социальная психология»

Квалификация выпускника  
*бакалавр*

Форма обучения:  
*очная, очно-заочная*

**Воронеж 2023**

Автор-составитель \_\_\_\_\_ Сазонова В.Н., старший преподаватель

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании психологии и социально-гуманитарных дисциплин  
Протокол №11 от «22» июня 2023 г.

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Зверева В.А.

Согласовано:

Проректор по учебной  
и методической работе \_\_\_\_\_ Захарова Е.А.

Заведующий библиотекой \_\_\_\_\_ Попова О.В.

© Воронежский институт экономики  
и социального управления, 2023

**Рабочая программа дисциплины составлена на основании:**

1. Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 37.03.01 Психология (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 29.07.2020 г. № 839.
2. Учебного плана образовательной программы «Социальная психология» направления подготовки 37.03.01 Психология (уровень бакалавриата), утвержденного решением Ученого совета МОАУ ВО «Воронежский институт экономики и социального управления» (протокол №11 от 30.06.2023 г.).

## Содержание

I. Цели и задачи дисциплины
II. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
III. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля) Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными индикаторами достижения компетенций
IV. Содержание и структура дисциплины (модуля)
4.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов
4.2. План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
4.3. Содержание учебного материала
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ
4.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)
V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
а) перечень литературы
б) периодические издания
в) список авторских методических разработок
г) базы данных, поисково-справочные и информационные системы
VI. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
VII. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

### Цели дисциплины:

*Основная цель* данного курса - достижение понимания обучающимися, что на современном этапе цивилизованный бизнес должен исходить, прежде всего, из интересов покупателей, а также формирование у учащихся совокупных знаний в области психологии покупательского поведения потребителей и покупателей, психологических процессов взаимодействия продавца с покупателем.

### Задачи дисциплины:

- рассмотрение психологии продаж в организационном контексте;
- формирование у обучающихся навыков управления процессом продаж с точки зрения психологии;
- ознакомление обучающихся с достижениями в области современных высокотехнологичных методов продаж;
- ознакомление с теоретико-методологическими основаниями возникновения и развития психотехнологии, научными взглядами на понимание сути убеждения, его места среди других методов психологического воздействия, правилами и принципами взаимодействия, способами, приемами, техниками осуществления психологического воздействия в процессе продаж;
- развитие профессиональных умений устанавливать и поддерживать контакт с клиентом;
- освоение навыков диагностики типов клиентов по их потребностям и ожиданиям, а также по индивидуально-типологическим особенностям;
- развитие навыков аргументированного представления услуг;
- освоение техник преодоления возражений;
- развитие навыков взаимодействия с клиентами в проблемных и конфликтных ситуациях (критика, агрессия, неуверенность, инициатива в беседе, адекватные приемы воздействия).

## II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Учебная дисциплина (модуль) «Психология продаж» способствует осознанию того, что результат взаимодействия продавцов и покупателей может обеспечить конкурентоспособность торгового предприятия и стимулировать эффективность процесса продажи продавцов.

В ходе проведения курса показываются основные критерии нормальной, временно измененной и болезненной психики, особенности психологии продавца и взаимоотношения с потенциальным покупателем. Рассматриваются основные положения учения о психических состояниях при продажах товара. Особое внимание уделено психологии покупателя и закономерностям эффективного взаимодействия продавца и покупателя при продажах товаров, коллегами по работе на разных этапах продажи, коммерческой тайне, взаимоотношениях в коллективе фирмы, технологии продажи товара.

При подготовке специалиста по продажам обращается особое внимание на развитие профессиональных, моральных, этических и человеческих качеств.

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Психология продаж» относится к дисциплинам по выбору.

2.2. Для изучения учебной дисциплины (модуля) «Психология продаж» необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: «Общая

психология», «Социальная психология», «Когнитивная психология», «Психология управления», «Психология личности», «Психология развития и возрастная психология».

2.3. Перечень учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: «Психология рекламы», «Дифференциальная психология».

Дисциплина изучается во 8-ом семестре на 4 курсе очной формы обучения, в 9-ом семестре на 5 курсе заочной формы обучения.

Изучению дисциплины посвящено 144 часа. Итоговый контроль – зачёт с оценкой.

### III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки, профиль «Социальная психология»:

#### Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ПК-2. Способен к отбору и постановке профессиональных задач в области научно-исследовательской и практической деятельности	ПК-2.1. Способен использовать приемы постановки профессиональных задач в области научно-исследовательской и практической деятельности	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– психологические особенности процесса покупки-продажи;</li> <li>– типы возражений покупателей;</li> <li>- основные этапы принятия потребителями решения о покупке,</li> <li>- модели покупательского поведения индивидуальных и массовых потребителей,</li> <li>- инструменты повышения эффективности продаж;</li> <li>- основные этапы «лестницы продаж»;</li> <li>- современные технологии влияния;</li> <li>– технологии межличностных коммуникаций в профессиональной торговой деятельности;</li> <li>– особенности составления программ тренинга;</li> <li>- специфику телефонных продаж;</li> <li>– особенности взаимодействия продавцов и покупателей в конфликтных ситуациях.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять знания о психологических аспектах поведения человека с целью обеспечения и повышения эффективности продаж на различных товарных рынках;</li> <li>- применять техники продаж, в том числе телефонных продаж, в соответствии с этапом процесса</li> </ul>

		<p>продаж;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выстраивать межличностные отношения в профессиональной торговой деятельности;</li> <li>- разработать программу тренинга продаж;</li> <li>– управлять конфликтными ситуациями;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками психологического воздействия в процессе продаж;</li> <li>- навыками обработки возражений покупателей;</li> <li>- навыками взаимодействия в конфликтных ситуациях;</li> <li>– навыками межличностной коммуникации в профессиональной торговой деятельности;</li> <li>– навыками проведения телефонных продаж;</li> <li>- навыками проведения тренингового занятия</li> </ul>
<p>ПК-6. Психолого-педагогическое сопровождение образовательного процесса в образовательных организациях общего, профессионального и дополнительного образования, сопровождение основных и дополнительных образовательных программ</p>	<p><i>ПК-6.6.</i> Психологическое просвещение субъектов образовательного процесса</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– особенности психологии продаж;</li> <li>- теоретические основы психотехнологии продаж.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать работу продавцов;</li> <li>- применять техники продаж в соответствии с этапом процесса продаж;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками самопрезентации.</li> </ul>

#### IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

**Объем дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа,**

Из них реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий 0 часов.

Из них 0 часов – практическая подготовка.

**Форма промежуточной аттестации: зачёт с оценкой (8/9 семестр для очной и очно-заочной форм обучения соответственно)**

#### 4.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

№ п/п	Раздел и (или) тема дисциплины	Очная форма обучения							Очно-заочная форма обучения						
		Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Контроль	Практическая подготовка	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Контроль	Контрольная работа
			Контактная работа			СР				Контактная работа			СР		
			всего	лекции	сем., практ. занятия					КСР	всего	лекции			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	Введение в психологию продаж	18	4	4		10		-	27	5	5		17		
2	Психологические особенности процесса покупки-продажи	44	12	16		16			27	5	5		17		
3	Конфликт продавцов и покупателей	28	8	10		10		-	27	5	5		17		
4	Продажи по телефону	26	6	6		14			27	5	5		17		
5	Психологические и этические стороны межличностных коммуникаций в профессиональной торговой деятельности	26	6	12		8			34	8	8		18		
<b>Итого в 8/9 семестре</b>		<b>142</b>	<b>36</b>	<b>48</b>		<b>58</b>			<b>142</b>	<b>28</b>	<b>28</b>		<b>86</b>		
<b>КСР</b>					<b>2</b>							<b>2</b>			
<b>Контроль</b>															
<b>ИТОГО</b>		<b>144</b>	<b>36</b>	<b>48</b>	<b>2</b>	<b>58</b>		<b>-</b>	<b>144</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>2</b>	<b>86</b>		



#### 4.2. План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся				Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	Формируемые компетенции* (индикаторы)
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Трудоемкость очн (час.)	Трудоемкость очно-заоч. (час.)			
1	2	3	4	5		6	7	8
8/9	Раздел 1. Введение в психологию продаж	Подготовка к семинарскому занятию. Подготовка ответов на вопросы к лекции	2 недели	10	17	1. Устный опрос. 2. Проверка ответов на вопросы к лекции	<p>1. Акперов И.Г. Психология предпринимательства / И.Г. Акперов, Ж.В. Масликова. – М.: Финансы и статистика, 2020. – 544 с.</p> <p>2. Бруган Крис Формула эффекта [Электронный ресурс]: как получить реальный результат в социальных медиа/ Крис Бруган, Джулиен Смит— Электрон. текстовые данные.— М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018.— 288 с.— Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/39455">http://www.iprbookshop.ru/39455</a>.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>3. Бузин В.Н. Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие / Бузин В.Н., Бузина Т.С. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 495 с. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/17678">http://www.iprbookshop.ru/17678</a>. — ЭБС «IPRbooks»</p> <p>4. Мэннинг Дж. Бизнес-технологии XXI века: Психология продаж / Дж. Мэннинг, Б. Рис. – М.: Омега, Еврознак, 2017. – 320 с.</p> <p>5. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник/ Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2019.— 500 с.— Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/24790">http://www.iprbookshop.ru/24790</a>.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>6. Петрова Ю.А. Золотые правила успешного</p>	ПК-2.1 ПК-6.6

						<p>сбыта [Электронный ресурс] / Петрова Ю.А., Спиридонова Е.Б. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 113 с. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/818">http://www.iprbookshop.ru/818</a>. — ЭБС «IPRbooks»</p> <p>7. Сандомирский М.Е. Психология коммерции / М.Е. Сандомирский. – М.: Академия, 2016. – 224 с.</p> <p>8. Фармацевтический маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.И. Суслов [и др.]. — Электрон. текстовые данные.— Томск: Томский политехнический университет, 2019. — 320 с. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/34728">http://www.iprbookshop.ru/34728</a>. — ЭБС «IPRbooks»</p> <p>9. Шеелен Ф.М. Психология продаж / Ф.М. Шеелен. – М.: Интерэксперт, 2019. – 235 с.</p>	
8/9	Раздел 2. Психологические особенности процесса покупки-продажи	Подготовка к семинарскому занятию. Подготовка ответов на вопросы к лекции	8 недель	16	17	<p>1. Устный опрос. 2. Проверка ответов на вопросы к лекции</p> <p>1. Акперов И.Г. Психология предпринимательства / И.Г. Акперов, Ж.В. Масликова. – М.: Финансы и статистика, 2020. – 544 с.</p> <p>2. Броган Крис Формула эффекта [Электронный ресурс]: как получить реальный результат в социальных медиа/ Крис Броган, Джулиен Смит— Электрон. текстовые данные.— М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018.— 288 с.— Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/39455">http://www.iprbookshop.ru/39455</a>.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>3. Бузин В.Н. Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие / Бузин В.Н., Бузина Т.С. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 495 с. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/17678">http://www.iprbookshop.ru/17678</a>. — ЭБС «IPRbooks»</p> <p>4. Мэннинг Дж. Бизнес-технологии XXI века: Психология продаж / Дж. Мэннинг, Б. Рис. – М.: Омега, Еврознак, 2017. – 320 с.</p>	ПК-2.1 ПК-6.6

						<p>5. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник/ Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2019.— 500 с.— Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/24790">http://www.iprbookshop.ru/24790</a>.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>6. Петрова Ю.А. Золотые правила успешного сбыта [Электронный ресурс] / Петрова Ю.А., Спиридонова Е.Б. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 113 с. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/818">http://www.iprbookshop.ru/818</a>. — ЭБС «IPRbooks»</p> <p>7. Сандомирский М.Е. Психология коммерции / М.Е. Сандомирский. – М.: Академия, 2016. – 224 с.</p> <p>8. Фармацевтический маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.И. Сулов [и др.]. — Электрон. текстовые данные.— Томск: Томский политехнический университет, 2019. — 320 с. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/34728">http://www.iprbookshop.ru/34728</a>. — ЭБС «IPRbooks»</p> <p>9. Шеелен Ф.М. Психология продаж / Ф.М. Шеелен. – М.: Интерэксперт, 2019. – 235 с.</p>	
8/9	Раздел 3. Конфликт продавцов и покупателей	Подготовка к семинарском у занятию. Подготовка ответов на вопросы к лекции	3 недели	10	17	<p>1. Устный опрос.</p> <p>2. Проверка ответов на вопросы к лекции</p> <p>1. Акперов И.Г. Психология предпринимательства / И.Г. Акперов, Ж.В. Масликова. – М.: Финансы и статистика, 2020. – 544 с.</p> <p>2. Бродан Крис Формула эффекта [Электронный ресурс]: как получить реальный результат в социальных медиа/ Крис Бродан, Джулиен Смит— Электрон. текстовые данные.— М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018.— 288 с.— Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/39455">http://www.iprbookshop.ru/39455</a>.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>3. Бузин В.Н. Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие / Бузин В.Н., Бузина Т.С. — Электрон. текстовые</p>	ПК-2.1 ПК-6.6

						<p>данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 495 с. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/17678">http://www.iprbookshop.ru/17678</a>. — ЭБС «IPRbooks»</p> <p>4. Мэннинг Дж. Бизнес-технологии XXI века: Психология продаж / Дж. Мэннинг, Б. Рис. — М.: Омега, Еврознак, 2017. — 320 с.</p> <p>5. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник/ Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2019.— 500 с.— Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/24790">http://www.iprbookshop.ru/24790</a>.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>6. Петрова Ю.А. Золотые правила успешного сбыта [Электронный ресурс] / Петрова Ю.А., Спиридонова Е.Б. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 113 с. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/818">http://www.iprbookshop.ru/818</a>. — ЭБС «IPRbooks»</p> <p>7. Сандомирский М.Е. Психология коммерции / М.Е. Сандомирский. — М.: Академия, 2016. — 224 с.</p> <p>8. Фармацевтический маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.И. Суслов [и др.]. — Электрон. текстовые данные.— Томск: Томский политехнический университет, 2019. — 320 с. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/34728">http://www.iprbookshop.ru/34728</a>. — ЭБС «IPRbooks»</p> <p>9. Шеелен Ф.М. Психология продаж / Ф.М. Шеелен. — М.: Интерэксперт, 2019. — 235 с.</p>	
8/9	Раздел 4. Конфликт продавцов и покупателей	Подготовка к семинарском у занятию. Подготовка ответов на вопросы к лекции	3 недели	14	17	<p>1. Устный опрос.</p> <p>2. Проверка ответов на вопросы к лекции</p> <p>1. Акперов И.Г. Психология предпринимательства / И.Г. Акперов, Ж.В. Масликова. — М.: Финансы и статистика, 2020. — 544 с.</p> <p>2. Броган Крис Формула эффекта [Электронный ресурс]: как получить реальный результат в социальных медиа/ Крис Броган, Джулиен Смит—</p>	ПК-2.1 ПК-6.6

						<p>Электрон. текстовые данные.— М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018.— 288 с.— Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/39455">http://www.iprbookshop.ru/39455</a>.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>3. Бузин В.Н. Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие / Бузин В.Н., Бузина Т.С. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 495 с. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/17678">http://www.iprbookshop.ru/17678</a>. — ЭБС «IPRbooks»</p> <p>4. Мэннинг Дж. Бизнес-технологии XXI века: Психология продаж / Дж. Мэннинг, Б. Рис. – М.: Омега, Еврознак, 2017. – 320 с.</p> <p>5. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник/ Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2019.— 500 с.— Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/24790">http://www.iprbookshop.ru/24790</a>.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>6. Петрова Ю.А. Золотые правила успешного сбыта [Электронный ресурс] / Петрова Ю.А., Спиридонова Е.Б. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 113 с. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/818">http://www.iprbookshop.ru/818</a>. — ЭБС «IPRbooks»</p> <p>7. Сандомирский М.Е. Психология коммерции / М.Е. Сандомирский. – М.: Академия, 2016. – 224 с.</p> <p>8. Фармацевтический маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.И. Суслов [и др.]. — Электрон. текстовые данные.— Томск: Томский политехнический университет, 2019. — 320 с. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/34728">http://www.iprbookshop.ru/34728</a>. — ЭБС «IPRbooks»</p> <p>9. Шеелен Ф.М. Психология продаж / Ф.М. Шеелен. – М.: Интерэксперт, 2019. – 235 с.</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--

8/9	Раздел 5. Психологические и этические стороны межличностных коммуникаций в профессиональной торговой деятельности	Подготовка к семинарскому занятию. Подготовка ответов на вопросы к лекции	4 недели	8	18	1. Устный опрос. 2. Проверка ответов на вопросы к лекции	<p>1. Акперов И.Г. Психология предпринимательства / И.Г. Акперов, Ж.В. Масликова. – М.: Финансы и статистика, 2020. – 544 с.</p> <p>2. Бруган Крис Формула эффекта [Электронный ресурс]: как получить реальный результат в социальных медиа/ Крис Бруган, Джулиен Смит— Электрон. текстовые данные.— М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018.— 288 с.— Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/39455">http://www.iprbookshop.ru/39455</a>.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>3. Бузин В.Н. Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие / Бузин В.Н., Бузина Т.С. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 495 с. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/17678">http://www.iprbookshop.ru/17678</a>. — ЭБС «IPRbooks»</p> <p>4. Мэннинг Дж. Бизнес-технологии XXI века: Психология продаж / Дж. Мэннинг, Б. Рис. – М.: Омега, Еврознак, 2017. – 320 с.</p> <p>5. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник/ Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2019.— 500 с.— Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/24790">http://www.iprbookshop.ru/24790</a>.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>6. Петрова Ю.А. Золотые правила успешного сбыта [Электронный ресурс] / Петрова Ю.А., Спиридонова Е.Б. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 113 с. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/818">http://www.iprbookshop.ru/818</a>. — ЭБС «IPRbooks»</p> <p>7. Сандомирский М.Е. Психология коммерции / М.Е. Сандомирский. – М.: Академия, 2016. – 224 с.</p> <p>8. Фармацевтический маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.И. Суслов [и др.]. —</p>	ПК-2.1 ПК-6.6
-----	---	---	----------	---	----	---	--	------------------

							Электрон. текстовые данные.— Томск: Томский политехнический университет, 2019. — 320 с. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/34728">http://www.iprbookshop.ru/34728</a> . — ЭБС «IPRbooks» 9. Шеелен Ф.М. Психология продаж / Ф.М. Шеелен. — М.: Интерэксперт, 2019. — 235 с.	
Общий объем самостоятельной работы по дисциплине (час)				58	86	-		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)				0	0	-	-	

#### **4.2.1. Этапы подготовки и трудоемкость выполнения курсовой работы:**

По данной дисциплине курсовая работа не предусмотрена

### **4.3. Содержание учебного материала**

#### **Раздел 1. Введение в психологию продаж**

##### *Введение в психологию продаж*

Стратегия и тактика проведения товарной политики. Товарные стратегии формы. Определение продажи как процесса передачи ценностей. Принципы продаж. Категории продавцов. Профессиональный портрет работника торговли. Личностные качества продавца. Личностные качества, препятствующие успеху. Саморегуляция психоэмоционального состояния продавца. Управление продажами через обучение персонала.

#### **Раздел 2. Психологические особенности процесса покупки-продажи**

##### *Психологические особенности процесса покупки-продажи*

Психология продажи потребительских товаров. Психологические особенности процесса продажи. Технологии продвижения товаров и реклама. Стимулирование продаж. Создание конструктивной «продажной атмосферы». Специфика розничных продаж. Сущность и процесс личной продажи. Характеристика этапов персональных продаж. Роль личности в процессе личной продажи. Руководство торговыми агентами. Мотивация торговых агентов. Развитие потребностей и мотивация потребителей в условиях рынка. Конструирование вопросов для выявления потребностей и мотивов покупателя. Потребительское поведение как предмет социально-психологического анализа. Влияние семьи на покупательское поведение. Влияние стереотипов на поведение людей как социально-психологическое явление. Современная типология поведения клиентов. Выявление потребностей покупателя. Платежеспособность клиента и полномочия продавца. Эффективная продажа и успешный продавец. Особенности продаж организационным клиентам. Сравнительный анализ продвижения мужчин и женщин в сфере эффективности процесса продаж. Необычные и эффективные практические победы женщин в продажах.

##### *Возражения покупателей и их обработка*

Типы клиентов и их внутренние состояния. Формы сопротивления клиентов. Виды возражений покупателей. Причины возражений покупателей. Работа с возражениями клиентов. Методы работы с сомневающимися клиентами. Типичные примеры возражений и методов их преодоления. Особенности воздействия на психические процессы потребителей. Методы (техники) возврата сомнеющихся клиентов. Способ «встраивания» товара в реальность клиента» основан на визуализации. Введение в «покупательский транс».

#### **Раздел 3. Конфликт продавцов и покупателей**

##### *Взаимодействия продавцов и покупателей в конфликтных ситуациях*

Место конфликта в продажах. Виды и типы конфликтов в системе продаж. Причины конфликтов в системе продаж. Типы конфликтных личностей. Эффективное разрешение конфликтов в магазине. Предотвращение конфликтов. Урегулирования (разрешение) конфликтов.

#### **Раздел 4. Продажи по телефону**

##### *Специфика телефонных продаж*

Преимущества телефонных продаж. Недостатки торговли по телефону. Правила телефонного общения. Холодный звонок: техника проведения, возможные трудности и рекомендации. Холодные звонки: назначение встречи с клиентом. Основные правила и ошибки при холодных звонках. Психологическая подготовка продавца. Планирование продаж, поиск клиентов и презентация товара. Психология пред- и послепродажного обслуживания:

взаимодействие с покупателем на этапе предпродажного обслуживания; поведение покупателя после покупки. Синдром выгорания продавца в телефонных продажах.

## Раздел 5. Психологические и этические стороны межличностных коммуникаций в профессиональной торговой деятельности

### *Межличностные коммуникации в профессиональной деятельности*

Влияние массовых коммуникаций на потребительское поведение. Психология общения и методика эффективных продаж. Структура общения и психологические приемы формирования аттракции в психологии продаж. Культура обслуживания в торговом зале. Особенности построения взаимодействия с клиентами. Восприятие и анализ информации потребителем. Роль информации при формировании покупательского поведения. Способы налаживания хороших, взаиморасполагающих связей с клиентом (покупателем).

### *Психологическая подготовка продавца.*

Психологическая подготовка продавца. Тренинг продаж, как основной инструмент психологической подготовки продавца. Самопрезентация продавца как залог успешных продаж. Презентация товара – эффективность торговли. Программа тренинга телесно-ориентированной презентации.

### 4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)			Оценочные средства	Формируемые компетенции* (индикаторы)
			Всего часов очн.	Всего часов очн.-заочн	Из них практическая подготовка		
1	2	3	4	5	6	7	
1	Раздел 1. Введение в психологию продаж	Семинар 1. Введение в психологию продаж	4	5	-	Оценка за доклад/сообщение на семинаре	ПК-2.1 ПК-6.6
2	Раздел 2. Психологические особенности процесса покупки-продажи	Семинар 1. Психологические особенности процесса покупки-продажи	8	3	-	Оценка за доклад/сообщение на семинаре	ПК-2.1 ПК-6.6
		Семинар 2. Возражения покупателей и их обработка	8	2	-	Оценка за доклад/сообщение на семинаре	ПК-2.1 ПК-6.6
3	Раздел 3. Конфликт продавцов и покупателей	Семинар 1. Взаимодействия продавцов и покупателей в конфликтных ситуациях	10	5	-	Оценка за доклад/сообщение на семинаре	ПК-2.1 ПК-6.6
4	Раздел 4. Продажи по телефону	Семинар 1. Специфика телефонных продаж	6	5	-	Оценка за доклад/сообщение на семинаре	ПК-2.1 ПК-6.6
5	Раздел 5. Психологические и этические стороны межличностных коммуникаций в	Семинар 1. Межличностные коммуникации в профессиональной деятельности	6	4	-	Оценка за доклад/сообщение на семинаре	ПК-2.1 ПК-6.6

	профессиональной торговой деятельности	Семинар 2. Психологическая подготовка продавца	6	4	-	Оценка за доклад/сообщ ение на семинаре	ПК-2.1 ПК-6.6
--	--	--	---	---	---	--	------------------

#### 4.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

К основным функциям самостоятельной работы студентов в учебном процессе относятся:

- 1) закрепление психологических знаний и умений, изученных в рамках аудиторной работы;
- 2) расширение и углубление знаний по отдельным темам;
- 3) освоение умений использования этих знаний для решения прикладных задач;
- 4) освоение умений практической психологической работы;
- 5) освоение умений самопознания и саморазвития.

**Подготовка к лекциям, семинарским и практическим занятиям** представляет собой внеаудиторную самостоятельную работу студентов, которую студент организует по своему усмотрению, без непосредственного контроля со стороны преподавателя.

Самостоятельное чтение учебных пособий, первоисточников и конспектов может использоваться в разных ситуациях учебной работы студентов:

- 1) на практических занятиях;
- 2) при подготовке к лекциям, практическим занятиям;
- 3) при подготовке контрольных работ;
- 4) при подготовке к зачету.

Самостоятельная подготовка студента к лекции должна состоять в первую очередь в перечитывании конспекта предыдущей лекции. Это помогает лучше понять материал новой лекции, опираясь на предшествующие знания.

Самостоятельная подготовка к практическому занятию заключается в прочитывании конспекта соответствующей лекции (если она читалась по данной теме), чтении соответствующего раздела учебника и первоисточников. Главными задачами этой подготовки обычно являются:

- повторение теоретических знаний, усвоенных в рамках аудиторной работы;
- расширение и углубление знаний по теме занятия.

Знания, полученные в процессе такой самостоятельной работы, являются теоретической базой для обсуждения вопросов семинарского занятия, для выполнения контрольной работы или практического задания.

Записи на практических занятиях нужно выполнять очень аккуратно, в отдельной тетради. Попытка сэкономить время за счет неаккуратных сокращений приводит, как правило, к обратному - значительно большей потере времени и повторению сделанного ранее решения и всех расчетов, с ним связанных.

Практические занятия по данной дисциплине не только углубляют и закрепляют соответствующие знания, но и развивают инициативу, творческую активность, вооружают будущего специалиста методами и средствами научного познания.

Рекомендации для подготовки к практическому занятию:

1. Прочитать соответствующие разделы учебника, лекций и дополнительной литературы.
2. Ответить на контрольные вопросы, указанные в Фонде оценочных средств дисциплины.
3. Подготовить неясные вопросы для их разбора в начале занятия.

Содержанием подготовки к практическому занятию может быть не только чтение литературы, но и подбор примеров, иллюстративного материала по определенным вопросам, работа над домашними заданиями.

Помните, что выполнение практического занятия индивидуально, и от Ваших успехов зависит итоговый рейтинг.

При неудовлетворительной сдаче одного или нескольких практических навыков передачи подлежат только эти разделы (при необходимости по ним можно получить дополнительную консультацию).

Результаты работы обучающегося на занятиях оцениваются в баллах. В конце цикла производится подсчет баллов и определяется уровень ваших знаний и умений по отношению к должному.

Формы контроля самостоятельной работы студентов и порядок осуществления:

1. Текущий контроль: контрольные работы, поурочное оценивание, проверка домашних заданий, тесты.

2. Итоговый контроль по дисциплине: устный зачет по билетам, тесты для итогового контроля знаний.

Поурочное оценивание дает комплексную оценку различных видов познавательной деятельности студентов на занятии. Составляющими такой оценки могут быть ответы на вопросы преподавателя, дополнения к ответам других студентов, выполнение письменных (в виде контрольной) и практических заданий (тестов). В результате комплексной проверки может выставляться поурочный балл.

Методические рекомендации по подготовке к **зачету с оценкой**:

1. Подготовка к зачету заключается в изучении и тщательной проработке студентом учебного материала дисциплины с учетом учебников, лекционных и семинарских занятий, сгруппированном в виде контрольных вопросов.

2. Зачет по дисциплине проводится в виде тестирования или по билетам. В случае проведения итогового тестирования ведущему преподавателю предоставляется право воспользоваться тестовыми заданиями, которые составлены в полном соответствии с материалом учебной дисциплины.

3. На зачете по дисциплине (в том числе и на итоговое тестирование) студент обязан предоставить:

- полный конспект лекций (даже в случаях разрешения свободного посещения учебных занятий);

- полный конспект практических занятий;

- контрольную работу(ы) по указанной преподавателем тематике (в случае пропусков (по неуважительной или уважительной причине) в качестве отработки пропущенного материала);

- конспекты дополнительной литературы по курсу (по желанию студента).

4. На зачете по билетам обучающийся дает ответы на вопросы билета после предварительной подготовки. Обучающийся предоставляется право отвечать на вопросы билета без подготовки по его желанию. Преподаватель имеет право задавать дополнительные вопросы, если студент недостаточно полно осветил тематику вопроса, если затруднительно однозначно оценить ответ, если студент не может ответить на вопрос билета, если студент отсутствовал на занятиях в семестре.

5. Качественной подготовкой к зачету является:

- полное знание всего учебного материала по курсу, выражающееся в строгом соответствии излагаемого студентом материалу учебника, лекций и практических занятий;

- свободное оперирование материалом, выражающееся в выходе за пределы тематики, конкретного вопроса с целью оптимально широкого освещения вопроса (свободным оперированием материалом не считается рассуждения на общие темы, не относящиеся к конкретно поставленному вопросу);

- демонстрация знаний дополнительного материала;

- четкие правильные ответы на дополнительные вопросы, задаваемые экзаменатором с целью выяснить объем знаний обучающегося.

Неудовлетворительной подготовкой, вследствие которой обучающемуся не зачитывается прохождение курса, является:

- недостаточное знание всего учебного материала по курсу, выражающееся в слишком общем соответствии либо в отсутствии соответствия изложенного студентом материалу учебника, лекций и семинарских занятий;

- нечеткие ответы или отсутствие ответа на дополнительные вопросы, задаваемые экзаменатором с целью выяснить объем знаний студента;

- отсутствие подготовки к зачету или отказ студента от сдачи зачета.

Готовиться к зачету необходимо по вопросам к нему, которые за месяц до промежуточной аттестации предоставляются студентам.

Критерии оценки на зачёте с оценкой:

- «отлично» - выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений;

- «хорошо» - выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности;

- «удовлетворительно» - выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными разделами учебной программы, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации;

«неудовлетворительно» - выставляется студенту, который не ответил ни на один вопрос. Студент, получивший за работу в семестре оценку «неудовлетворительно», допускается к повторной передаче учебного материала.

По данной дисциплине практикуется выдача **домашних заданий** на срок 2-3 недели с последующим представлением их преподавателю для проверки. Каждый студент должен так спланировать свою домашнюю работу, чтобы уложиться в указанный срок. При этом никогда не следует затягивать выполнение этих заданий до последней недели, нужно находить время для постепенного их выполнения в течение всего отведенного на эту работу срока.

**Тестирование** – предполагает наличие вопроса и нескольких вариантов ответа. Необходимо внимательно прочитать инструкции к заданию и выбрать правильный(е) ответ(ы).

Тестирование – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Тест предполагает наличие вопроса и нескольких вариантов ответа. Необходимо внимательно прочитать инструкции к заданию и выбрать правильный(е) ответ(ы). Для подготовки к тестированию необходимо повторить материал по указанным темам.

Алгоритм тестирования:

- необходимо подписать бланк теста, указав ФИО, группу;

- внимательно прочитать задание и указания к выполнению работы, обратить внимание на время отводимое на выполнение заданий;

- отвечать на вопросы можно в любом порядке;

- выбрать правильный вариант(ы) ответа из предлагаемого перечня, или вписать свой вариант ответа, соотнести и т.д. в зависимости от задания;

- если студент затрудняется с выбором правильного варианта ответа, ему необходимо методом исключения последовать убирать оставшиеся варианты ответов, припоминая все, что он знает по изученной теме о них;

- перед тем, как сдать работу преподавателю, необходимо внимательно еще раз проверить все свои ответы.

По данной дисциплине может осуществляться как текущий контроль, так и итоговый контроль в форме тестирования студентов.

Тесты даны в Фонде оценочных средств дисциплины. Они используются преподавателем не только для контроля полученных студентами знаний, но и для закрепления последних.

Критерии оценки текущего и итогового контроля знаний посредством тестов. По итогам тестирования выставляются студентам, ответившим на вопросы тестового задания, следующие оценки:

- оценка «отлично», ответившим на 85 % - 100 % вопросов;

- оценка «хорошо», ответившим на 65 % - 84 % вопросов;

- оценка «удовлетворительно», ответившим на 30 % - 64 % вопросов;

- оценка «неудовлетворительно», ответившим на 29 % и менее процентов вопросов.

Самостоятельное чтение учебных пособий, первоисточников и конспектов, может использоваться в разных учебных ситуациях: при подготовке к лекциям; на семинарах, практических занятиях; при подготовке и написании рефератов, контрольных работ, эссе; при подготовке к сдаче экзаменов и зачетов.

Студенту необходимо не только знать методы работы с книгой, но и хорошо владеть ими. Существует четыре основных метода чтения.

1. Чтение-просмотр, когда книгу быстро перелистывают, изредка задерживаясь на некоторых страницах. Цель такого просмотра – первое знакомство с книгой, получение общего представления о ее содержании.

2. Чтение выборочное, или неполное, когда читают основательно и сосредоточенно, но не весь текст, а только нужные для определенной цели фрагменты.

3. Чтение полное, или сплошное, когда внимательно прочитывают весь текст, но никакой особой работы с ним не ведут, не делают основательных записей, ограничиваясь лишь краткими заметками или условными пометками в самом тексте (конечно, в собственной книге).

4. Чтение с проработкой материала, т. е. изучение содержания книги, предполагающее серьезное углубление в текст и составление различного рода записей прочитанного.

Для повышения эффективности чтения-просмотра большое значение имеет целесообразный порядок знакомства с содержанием книги. Этот порядок может быть не одинаковым у разных студентов, но важно, чтобы он неизменно соблюдался и чтобы, прежде чем взяться за основной текст, студент обязательно ознакомился с имеющейся в каждой книге титульной страницей, а также с оглавлением (содержанием), предисловием (введением), заключением (послесловием), справочным аппаратом (если эти элементы имеются в книге). Привычка, принимаясь за новую книгу, проходить мимо указанных элементов вредна, так как оставляет студента в неведении относительно многих характеристик, освещающих содержание книги и облегчающих предстоящую работу с текстом.

Титульная страница знакомит с фамилией автора книги, ее заглавием, указывает, где, каким издательством и в каком году она издана или переиздана.

Оглавление (оно обычно помещается в конце книги) или содержание (его можно найти и в начале книги, сразу же за титульным листом) дает представление о содержании всего произведения, о его структуре и соотношении отдельных частей.

Предисловие, написанное автором, редактором книги или авторитетным специалистом, обращено обычно непосредственно к читателю. Задача предисловия – облегчить понимание основного текста, раскрыть замысел всего произведения, иногда подсказать, как пользоваться книгой, – словом, представить книгу читателю. Введение тоже преследует цель облегчить понимание основного текста, ввести читателя в круг разбираемых автором вопросов.

Многие книги, особенно научные исследования, собрания сочинений и т. п., содержат в помощь читателю особый справочный аппарат: примечания, комментарии, именные и предметные указатели, списки использованной или относящейся к исследуемому вопросу литературы, таблицы, схемы, рисунки и т. д.

Ознакомившись с титульной страницей, оглавлением и предисловием, бегло просмотрев основной текст, обратив внимание на справочные материалы, просмотрев, наконец, заключение или последние абзацы: произведения, студент, без сомнения, получит точное представление о книге. Если мнение о просмотренной книге сложилось отрицательное или, несмотря на явные достоинства книги, она не соответствует интересам, потребностям, или возможностям студента, таким чтением или просмотром можно ограничиться. Если же просмотр показал, что книга полезна и обещает удовлетворить запросы студента, она будет читаться с двойным интересом и вниманием.

Изучить что-либо – значит получить о предмете, явлении основательные познания, постичь в деталях, стать знатоком в данном вопросе. Но такая степень овладения достигается не сразу, необходимо сосредоточенное и внимательное чтение, позволяющее охватить содержание книги, раздела, главы в целом. Такой охват содержания как целого еще не дает отчетливого знания, но создает условия для того, чтобы разобраться в прочитанном и понять его.

Разобраться в тексте – это значит перейти от целого к частям, мысленно разбить целое на смысловые фрагменты, установить, как они связаны друг с другом и со смыслом всего целого. Всю эту работу можно проводить мысленно, но ее польза многократно возрастет, если прочитанное и продуманное зафиксировать в той или иной форме.

Записывание является важным вспомогательным средством при чтении, без записывания невозможно обеспечить подлинно серьезную работу с книгой.

Для полноценного усвоения материала студенту необходимо: уяснить и усвоить прочитанный материал; осмыслить прочитанное.

#### Работа со справочной литературой

Энциклопедия – справочное сочинение, содержащее в сокращении все накопленные знания. Выпущены: психологическая, медицинская, педагогическая энциклопедии и т.д., которые дают ответы на многие теоретические и практические вопросы.

Справочники. Суть использования справочника заключается в том, что можно быстро найти информацию, которая вам нужна. Справочники существуют по всем отраслям человеческих знаний, они бывают академические и прикладные.

Научно-популярные издания. Газета служит надежным источником получения оперативных информационных сведений и пополнения уже имеющихся знаний в области общественной и политической жизни, экономики и культуры. В газетах публикуются официальные документы, законы Российской Федерации, распоряжения органов региональных и муниципальных ветвей власти. Поэтому газета может стать незаменимым источником разнообразной информации. Систематическое общение с газетой поможет добывать те сведения, которые в большей степени могут отвечать их интересам. Каждая газета решает свои конкретные задачи и, следовательно, имеет свой круг читателей.

Для самостоятельной работы студенты могут использовать следующие журналы: «Вопросы психологии», «Российский психологический журнал», «Наука и образование», «Мир психологии», «Прикладная психология», «Психология», «Развитие личности», а также Электронный журнал по маркетингу «Секрет фирмы» и интернет-сайт «Below the line» о методах продвижения товара.

Навыки получения информации в информационной среде библиотеки требуют знаний алгоритмов и правил поиска. Библиотечно-библиографические знания облегчают организацию поиска и дают дополнительную возможность для расширения образовательного кругозора.

Как найти нужную литературу для контрольной работы? На помощь, конечно, может прийти библиотекарь, но лучше воспользоваться каталогом. Каталог – это перечень книг, имеющихся в библиотеке, расположенных по определенной системе.

**Контрольная работа** - это письменная работа, выполняемая студентами и направленная на проверку усвоенных ими знаний и умений. Она подразумевает ответы на поставленные вопросы или выполнение определенных практических заданий.

Контрольные работы могут иметь разный объем, но они рассчитаны на выполнение в течение определенного периода времени.

Контрольные работы могут быть направлены на проверку знаний и умений студентов по определенной части учебного курса или теме. Совокупность отметок за ряд контрольных работ, предназначенных для проверки знаний по отдельным темам курса, может быть основанием для выставления общего зачета или отметки по всему учебному курсу.

Целью подготовки **контрольной работы** является систематизация и углубление теоретических и практических знаний, полученных в рамках учебного плана по изучаемой дисциплине.

В контрольной работе студент должен показать:

- теоретическую подготовку и способность проблемного изложения теоретического материала;
- умение анализировать, синтезировать и обобщать литературные источники;
- умение логически и научным языком строить текст;
- умение формулировать выводы.

В контрольной работе по дисциплине «Психология продаж» студент должен показать усвоение основных требований к освоению содержания дисциплины, определенных рабочей программой дисциплины.

Тематика сообщается студентам, приступающим к изучению дисциплины. В рамках предлагаемой тематики студентам предоставляется право выбора темы работы. Студенты могут предложить собственную тему с обоснованием её целесообразности, особенно если она является продолжением исследований, проведенных в процессе написания курсовых работ по другим дисциплинам, или научных студенческих работ.

При выборе темы не рекомендуется выбор одинаковой темы тремя или более студентами одной учебной группы.

#### Требования к оформлению контрольной работы

Научная работа выполняется на белой бумаге формата А4 на одной стороне листа, обратная сторона остается чистой. Основной текст печатается через 1,5 интервала, шрифт Times New Roman Cyr 14 кегля, с полями слева 30 мм, справа – 1,5 мм, сверху 20 мм и снизу 20 мм. Выравнивание - по ширине.

Заголовок параграфов: кегль 14, шрифт Times New Roman Cyr полужирный; межстрочный интервал 1,5; отступ красной строки – 1 см; выравнивание – по центру. В конце заголовков точки не ставятся.

Научная работа начинается с титульного листа, затем следует содержание с правильным указанием страниц, с которых начинаются параграфы, далее следует введение, основная часть, состоящая из параграфов, заключение, список литературы и (если имеются) приложения.

Все страницы нумеруются в правом верхнем углу. Титульный лист не включают в общую нумерацию.

Один параграф должен занимать не менее 1 страницы. Каждый последующий параграф не должен начинаться с новой страницы, а должен продолжать предыдущий. С новой страницы печатаются: введение, первый параграф, заключение, литература, приложение.

Оптимальный размер введения - до 10% текста. То же самое относится к заключению, но все отклонения по объему должны быть в меньшую сторону. Остальной объем работы приходится на основную часть.

Работа должна быть написана научным языком, что означает соблюдение общих норм литературного языка, правил грамматики и учет особенностей научной речи (ее точности, однозначности терминологии, некоторых правил применения форм речи). Личная манера изложения («я», «мы», «нами» и т.д.) в научной работе не допускается. Работа должна быть обезличена («можно предположить...», «можно сделать заключение...», «таким образом, можно сказать...»).

Если в работе используется какая-либо классификация, то она оформляется следующим образом:

- если нумерация выносится за скобку, то текст начинается с маленькой буквы и в конце ставится точка с запятой. Пример:

1) персональные продажи;

- если после цифры ставится точка, то текст следует начинать с большой буквы и в конце ставить точку. Пример:

1. Персональные продажи.

То же самое относится к тезисам.

Сноски должны быть оформлены в квадратных скобках и находиться после каждой цитаты (например: [6, С.128]), ссылки на какой-либо источник (например: [6]), классификации (например: [6, С.128]), упоминании какого-либо автора (например: [6]).

Правила оформления научного аппарата являются общими для всех отраслей знания и регламентированы действующими государственными стандартами.

Список источников должен называться - «Список использованных источников». Литература помещается в список в строго алфавитном порядке (сначала на русском, затем на иностранных языках по фамилиям авторов, либо по названию сочинений, если автор не указан). Список источников имеет порядковую нумерацию.

Основное требование к составлению списка литературы - единообразное оформление и соблюдение ГОСТ 7.1-84. «Библиографическое описание документа. Общие требования и правила составления».

Пример оформления литературы:

1. Недошивина Н.И. Психология продаж: учебное пособие / Н.И. Недошивина, Е.П. Сухарева. – Ростов н/Д: Феникс, 2018. – 352 с.

2. Офицеров П.Ю. Техники и приемы эффективных продаж / П.Ю. Офицеров. – СПб.: Речь, 2018. – 762 с.

3. Логинова Н.А. Жизненный путь человека как проблема психологии / Н.А. Логинова // Вопросы психологии. - 2015. - №1. - С. 103-109.

4. Ломов Б.Ф. Методологические проблемы психологического эксперимента / Б.Ф. Ломов // История и актуальные проблемы развития экспериментальной психологии в России. - М.: Наука, 2020. - С. 13-14.

5. Электронный журнал по маркетингу «Секрет фирмы». URL: [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru) (дата обращения к ресурсу 12.01.2021)

Во введении должны быть прописаны цель работы и задачи, позволяющие достичь поставленной цели.

Объем контрольной работы – 18-20 листов.

#### Критерии оценки контрольных работ

Оценка контрольной работы оформляется дифференцированным зачетом по следующим критериям:

Оценка «Отлично» ставится за работу, в которой цельно и полно изложен материал, имеется логическая последовательность его изложения; правильно обоснована ее актуальность; имеется полнота охвата литературных источников. А также учитывается умение использовать эмпирический материал других исследований; самостоятельность работы, оригинальность в осмыслении материала; язык и стиль работы; корректность цитирования, составление библиографии и техническое оформление работы.

Оценка «Хорошо» выставляется за работу, в которой полно изложен материал, имеется логическая последовательность его изложения; обоснована ее актуальность; имеется список литературных источников. Эмпирический материал других исследований использован недостаточно; язык и стиль работы находятся на высоком уровне, но присутствует недостаточная корректность цитирования. Техническое оформление работы находится на высоком уровне.

Оценка «Удовлетворительно» ставится за работу, в которой изложенный материал представлен недостаточно полно, но сохранена логическая последовательность изложения, явно прослеживается недостаточный анализ научной литературы по данной теме, что сказывается на небольшом количестве сносков. Язык и стиль носят не совсем научную окраску. Техническое оформление работы представлено не достаточно грамотно.

Оценка «Неудовлетворительно» ставится за работу, в которой тема не раскрыта, либо содержание не соответствует заявленной теме; отсутствует актуальность; нет логической последовательности в изложении материала; язык и стиль носят не научный характер. Техническое оформление представлено не грамотно.

«Неудовлетворительно» соответствует критерию «Незачет».

Тема контрольной работы выбирается студентами произвольно на основе личных предпочтений. Студенты могут предложить собственную тему с обоснованием её целесообразности, особенно если она является продолжением исследований, проведенных в процессе написания курсовых работ по другим дисциплинам, или научных студенческих работ.

При выборе темы не рекомендуется выбор одинаковой темы тремя или более студентами одной учебной группы.

**Домашние задания**, как вид самостоятельной работы студентов. Своеобразной формой организации самостоятельной работы студентов являются самостоятельные занятия студентов по выполнению домашних заданий. Они представляют собой логическое продолжение аудиторных занятий, проводятся по заданию преподавателя, который инструктирует

обучающихся и устанавливает сроки выполнения задания. В отличие от других форм организации учебного процесса затраты времени на выполнение этой работы не регламентируются расписанием. Режим и продолжительность работы выбирает сам обучающийся в зависимости от своих способностей и конкретных условий, что требует от него не только умственной, но и организационной самостоятельности.

Домашняя учебная работа – это самостоятельная учебная деятельность студентов, дополняющая занятие и являющаяся частью цикла обучения. Ее особые функции состоят в развитии умений самостоятельно учиться, определять задачи и средства работы, планировать учение. Она развивает мышление, волю, характер обучающегося. Главное назначение ее состоит в закреплении знаний и умений, полученных на занятии, отработке навыков, усвоении нового материала. Ученые выделяют следующие условия успешности домашней работы: наличие у студентов навыков самостоятельной работы, педагогическое руководство и контроль за выполнением домашних заданий. Последнее требует целесообразного дозирования, ограничения объема домашних заданий, четкой формулировки задач и рекомендаций к выполнению, своевременной проверки и оценки.

## **V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **а) основная литература:**

1. Бруган Крис Формула эффекта [Электронный ресурс]: как получить реальный результат в социальных медиа/ Крис Бруган, Джулиен Смит— Электрон. текстовые данные.— М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018.— 288 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39455>.— ЭБС «IPRbooks»

2. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник/ Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2019.— 500 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24790>.— ЭБС «IPRbooks»

### **б) дополнительная литература:**

1. Акперов И.Г. Психология предпринимательства / И.Г. Акперов, Ж.В. Масликова. – М.: Финансы и статистика, 2020. – 544 с.

2. Бузин В.Н. Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие / Бузин В.Н., Бузина Т.С. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 495 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17678>. — ЭБС «IPRbooks»

3. Мэннинг Дж. Бизнес-технологии XXI века: Психология продаж / Дж. Мэннинг, Б. Рис. – М.: Омега, Еврознак, 2017. – 320 с.

4. Петрова Ю.А. Золотые правила успешного сбыта [Электронный ресурс] / Петрова Ю.А., Спиридонова Е.Б. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 113 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/818>. — ЭБС «IPRbooks»

5. Сандомирский М.Е. Психология коммерции / М.Е. Сандомирский. – М.: Академия, 2016. – 224 с.

6. Фармацевтический маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.И. Суслов [и др.]. — Электрон. текстовые данные.— Томск: Томский политехнический университет, 2019. — 320 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34728>. — ЭБС «IPRbooks»

7. Шеелен Ф.М. Психология продаж / Ф.М. Шеелен. – М.: Интерэксперт, 2019. – 235 с.

### **в) периодические издания:**

Вопросы психологии (печатный вариант в библиотеке Института)

Психологический журнал (печатный вариант в библиотеке Института)

Педагогика и психология (печатный вариант в библиотеке Института)

### **г) список авторских методических разработок:**

1. Сазонова В.Н.. Рабочая программа «Психология продаж» [Электронный ресурс] / В.Н. Сазонова. - Воронеж – Режим доступа – <http://www.viesm-vrn/ml/370301/>

2. Методические рекомендации по написанию контрольных работ по дисциплине «Психология продаж» .– Режим доступа: viesm-vrn.ru (по паролю)

**д) современные профессиональные базы данных, информационно-справочные системы:**

<http://elibrary.ru/> – крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 14 млн. научных статей и публикаций.

<http://www.edu.ru/> – федеральный образовательный портал.

[http://azps.ru](http://azps.ru/) – сайт по психологии: предлагает описание психологических тестов, тестирование он-лайн, тренинги, упражнения, статьи, советы психологов.

<http://www.koob.ru/> - бесплатная библиотека электронных книг по психологии.

<http://www.mirknig.com/> - бесплатная библиотека электронных книг по психологии.

## **VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Аудитории (помещения, места) для проведения занятий:

Лекции, практические, семинарские занятия, а также групповые консультации могут проводиться в аудиториях, оснащенных стационарным и переносным демонстрационным оборудованием, учебно-наглядными пособиями, которые обеспечивают тематические иллюстрации, соответствующие учебной программе дисциплины.

Проведение текущего, промежуточного контроля и промежуточной аттестации, процедура которых требует использования компьютерной техники, баз данных электронной информационно-образовательной среды Института, а также организация самостоятельной работы обучающихся проводится в аудиториях, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспеченные доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

Выбор конкретной аудитории в зависимости от вида учебных занятий осуществляется согласно расписанию учебных занятий.

Для проведения занятий всех видов для инвалидов и лиц с ОВЗ предусмотрена специализированная аудитория.

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория №405	настенная доска, 40 посадочных мест	
Учебная аудитория / компьютерный класс №205 (информационно-аналитическая лаборатория) (2 этаж)	11 компьютеров HP, локальная сеть, выход и Интернет, доска настенная 27 посадочных мест.	Windows 10. Лицензия 66734363 Microsoft® Office 2016 Russian. Лицензия 18918744 Microsoft® Project Standard 2013 (64212906) Антивирус Eset NOD 32 Лицензия (EAV-0193146745) NetPolice Pro лицензия 90414382 База Гарант-Максимум База Консультант + 1с:Предприятие 8. Лицензия (801601241) Конструктор тестов в.3.4

**VII. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ  
ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ,  
ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ  
СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ**

Windows XP Professional SP3 Rus	лицензия
MS Office 2003	лицензия
MS Office 2007	лицензия
MS Office 2010	лицензия
MS Office 2016	лицензия
Справочная Правовая Система Консультант Плюс	договор
Справочно-правовая система «Гарант»	договор
Mozilla Firefox	свободно распространяемая
Free Commander (файловый менеджер)	свободно распространяемая
Google Chrome	свободно распространяемая
FTP сервер GuildFTPd	свободно распространяемая
Adobe Reader	свободно распространяемая
Adobe FineReader	лицензия
Statistica	лицензия
7-Zip	свободно распространяемая
Антивирус Dr. Web	лицензия
Антивирус NOD32	лицензия
Конструктор тестов	лицензия
Электронная Библиотека ( <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a> )	договор